

¡Como Obtener tus primeros 10.000 Seguidores en Instagram!

Guía basada en el libro Foundr adaptada al público Hispano por el equipo The Gold Empire
Agradecimiento especial a Freepik

CONTENIDO



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

El hecho de que tu estés leyendo este libro es un buen indicador de que eres bastante inteligente cuando se habla de redes sociales y todo aquello que envuelve Internet.

Posiblemente, eres un suscriptor de nuestra página (Si no, ¿Qué estás esperando?)

Es posible que nos sigas en Instagram, o tal vez eres es un usuario avanzado en los temas de redes sociales que nos ha buscado en Google en busca de algunos consejos. Por otra parte, tal vez no sepas nada acerca de Instagram aparte de que es algo que los millennials están usando a gran escala, y tu jefe, amigo o familiar te dieron un empujón a entrar en ella.

EN CUALQUIERA DE ESTOS CASOS, ESTE LIBRO TIENE UN DIRECCIONAMIENTO INCREÍBLE Y ESTAMOS SEGUROS QUE ES PARA TI.

Lo puedes tomar como una bomba de conocimiento que cambiará totalmente tu manera de pensar acerca de Instagram, un curso acelerado de la plataforma, o algunas herramientas y tácticas que tal vez tu negocio no haya considerado.

Pero antes de empezar, quisiéramos alentarte a preguntarte a tí mismo/a lo siguiente. ¿Por qué exactamente quieres construir una presencia en Instagram? ¿Qué esperas obtener de ello? ¿Tienes una marca que puedas adaptar a través de imágenes atrayentes? ¿Esa marca puede tener varias conversaciones informales en el desarrollo del negocio? ¿Estás dispuesto a compartir contenido que no esté relacionado directamente con tu marca? ¿Tienes el tiempo y recursos suficientes para hacerlo bien? Por ejemplo, si tú tienes la idea de publicar una imagen de tu producto una vez al día, o ingresar una vez al mes y postear 10 cosas a la vez...

No vamos a malgastar tu tiempo. Y no hay realmente nada de malo en decir que esta no es la plataforma para tí. Ten en cuenta que no se ajusta a cada marca o negocio.

Pero si lo fuera, vamos a compartir un secreto contigo: Instagram es nuestra red social favorita, no existe ninguna duda. Puede que no sea un éxito con todo el mundo, pero lo ha sido para nosotros. Comenzamos nuestra cuenta en septiembre de 2015 y siete meses después, estamos cerca de los 150.000 seguidores y aumentando. Y esos no son números vacíos, con cada nuevo seguidor obtenemos un compromiso, y es altamente gratificante la interacción con nuestros suscriptores y nuestro público. Así que, si estás listo para iniciar sesión, tomar fotos o generar contenido, prepárate para sentir lo que la gente desea y cambiar sus vidas.

CAPÍTULO 1

LA BELLEZA DE INSTAGRAM

La construcción de la conciencia de una marca y tener la oportunidad de atraer a tus clientes ideales es un factor esencial de todas las empresas de éxito.

Seleccionar la red social que funciona mejor para tu marca inicia cuando estudias el impacto potencial de una presencia bien desarrollada en cada uno de tus puntos de venta. Instagram, en particular, tiene algunas ventajas para ofrecer para una marca que busca crecer.

Un estudio reciente realizado por Forrester encontró que Instagram está dando a las marcas 60 veces más de nivel de engagement o interacción que Facebook y 140 veces más que twitter. De hecho, cuando Forrester estaba evaluando las 7 redes sociales más importantes, seis de ellas mostraron que las marcas logran una tasa de participación de menos del 0.1%. Para Instagram, este número es del 4.21%. Esta increíble tasa de interacción se basa en la naturaleza propia, leal y activa de los usuarios de Instagram.

CAPÍTULO 1

HAY VARIAS RAZONES PROBABLES POR LAS QUE INSTAGRAM ES TAN POPULAR Y OFRECE UN NIVEL ÚNICO DE INTERACCIÓN PARA LOS USUARIOS Y LAS MARCAS

Vamos a nombrar brevemente algunos de los PRINCIPALES ELEMENTOS que hacen a esta red social tan única desde su concepción hasta su desarrollo.

CAPíTULO 1



1 ES TOTALMENTE MÓVIL.

Instagram es una de las pocas redes sociales que viven y se desarrollan casi en su totalidad en tu bolsillo. O al menos en una pantalla táctil. Durante mucho tiempo, ni siquiera se podía utilizar Instagram en la web, y todavía no se puede subir contenido a través de un computador. Esto hace que sea una experiencia muy personal, y un producto en su totalidad para el internet a disposición de los celulares. Como TechCrunch dijo, Instagram es un " relámpago capturado en una botella", y es la "aplicación móvil arquetípica". Como tal, proporciona un profundo acceso a la buscada audiencia móvil, y es tan fácil y elegante cuando en el camino los usuarios son tan activos.



2 ES (EN SU MAYORÍA) SOLO VISUAL.

No hay mucho más que puedas publicar además de imágenes, vídeos cortos, y unas pocas palabras. Puedes ser creativo y convertir imágenes en bloques de texto, y las secciones de comentarios podrían tener vida propia, pero Instagram limita qué elementos se pueden incluir en sus mensajes. Esto nos lleva de nuevo a su elegancia y sencillez que la ha hecho tan popular entre sus usuarios. Es la aplicación directa cuando se trata de compartir imágenes, y deja a un lado el desorden que distrae la atención y la paciencia de los usuarios en la mayoría de las redes sociales.



3 SIN LINKS:

Aparte de los mensajes patrocinados (que en la actualidad han aumentado pero aún son bastante escasos), Instagram resalta como una plataforma No-Spam . Más allá del enlace en tu bio, no hay hipervínculos permitidos.

Esto presenta un desafío (profundizaremos sobre esto más adelante), sino también una oportunidad para el compromiso y hábitos de publicación sinceros . Instagram decididamente no pretende ser una herramienta para acumular clics. El hecho de que esté tan mal adecuada para ser un cebo de clicks significa que las interacciones se sienten de una manera más genuina.

CAPÍTULO 1



Todo esto hace a Instagram una plataforma puramente agradable y elegante, un espacio privilegiado para realizar las conexiones y dibujar personalmente un compromiso. Por extensión, puedes generar un conocimiento de la marca e interacciones con tu público a través de una poderosa presencia en Instagram-- a pesar de la falta total de vínculos, botones, ventanas emergentes, etc., puedes conducir a más clientes potenciales, aumentar ventas y generar más opt-ins que en otra red social.

Como plataforma, Instagram también está experimentando un crecimiento épico. Sólo 18 meses después de llegar a los 200 millones de usuarios, instagram llegó a la increíble cifra de 500 millones de usuarios activos. Se demostró de una vez por todas que Instagram no era tan solo una moda, con un crecimiento increíble en sus cinco años y medio de vida. Su tasa de crecimiento sigue siendo el doble que en otras aplicaciones de teléfonos inteligentes, lo que aumenta aún más el alcance de cada post en Instagram.

El servicio también sigue construyendo un nivel de autenticidad entre los usuarios, mediante la eliminación de spam y cuentas falsas, y la adición de la insignia de "verificado" para las celebridades y marcas desde Diciembre de 2014. Estas medidas y estrategias han aumentando el nivel de credibilidad en la red.

Usa el poder de instagram para dirigir usuarios a tu página y construir tu red

Instagram ofrece una plataforma para crear y compartir los aspectos visuales de tu negocio, actuando como un portal dentro de la misión y el espíritu de tu marca, y además, definiendo el mensaje que de otro modo puedes entregar en blogs, podcasts y otros tipos de contenido. También permite dar un toque más personal que la mayoría de otras plataformas, como compartir imágenes en miniatura de las historias detrás de escena de tu negocio. Se trata de una representación visual personal de tu negocio enviada y "consumida" en tiempo real.

Como una herramienta de crecimiento, Instagram puede ser eficaz en una gran variedad de industrias. Algunas de las más notables son la alimentación , la salud, los viajes y la ropa, ya que éstas tienden a ser muy visuales. Forrester citó el éxito de marcas como Red Bull, que apela a un público más joven, con una estrategia que consiste en imágenes y videos de deportes extremos . Pero instagram también ha tenido éxito con marcas o productos no tan de moda como Ford Fiesta, BMW y General Electric. Y tu negocio no tiene que vender un producto físico con el fin de ver los beneficios de una campaña bien orquestada en Instagram (Gold Empire después de todo, es una plataforma de coaching para emprendedores y establece una oportunidad para hablar acerca de negocios). De hecho, el diálogo con tu público mediante llamativas imágenes y vídeos es mucho más acerca de la conversación que de productos en si.



CAPÍTULO 1

EL ÉXITO DE GOLD EMPIRE

7 meses 130.000 seguidores 10.000 suscriptores a nuestra lista de E-mail

CAPÍTULO 1



El crecimiento que hemos visto en instagram como resultado de nuestra estrategia de marketing es ASOMBROSO

Vamos a pasar algún tiempo aquí describiendo nuestra experiencia, no para presumir (Ok, tal vez sólo un poco), sino para demostrarte que no estamos lanzando consejos genéricos de marketing sin respaldo alguno.

Hemos visto el potencial inmediato de aprovechar instagram para generar seguidores fieles, y para hacerlo se requieren enfoques específicos que son diferentes de las otras maneras que has usado para comunicarte con tu audiencia.

Esto también es para mostrar que estos no son números vacíos (todos sabemos que puedes comprar unos cuantos seguidores en twitter o instagram por 5 dólares), pero la gente está fielmente comprometida con Gold Empire, desde convertirse en seguidores, hasta la suscripción en nuestra lista de correos electrónicos, y también interactuando con nosotros de una manera que simplemente no se podría en otro lugar.

Esto comenzó a finales de Septiembre de 2015, cuando el equipo de Gold creó su cuenta de Instagram. La idea había existido desde principios del mismo año y se desarrolló en diversas plataformas bajo la idea de un alto nivel de seguimiento, pero siempre estábamos buscando nuevas formas de atraer nuevos ojos, encontramos Instagram y diseñamos un sistema. En el sistema que decidimos tomar no había nada particularmente innovador, lo hicimos evolucionar y a medida que lo describamos en los siguientes capítulos, te darás cuenta que emplea una mezcla de mensajes emocionales, imágenes increíbles, la reinvención bajo la marcha, la interacción a través de preguntas, un puñado de herramientas y pequeños trucos.

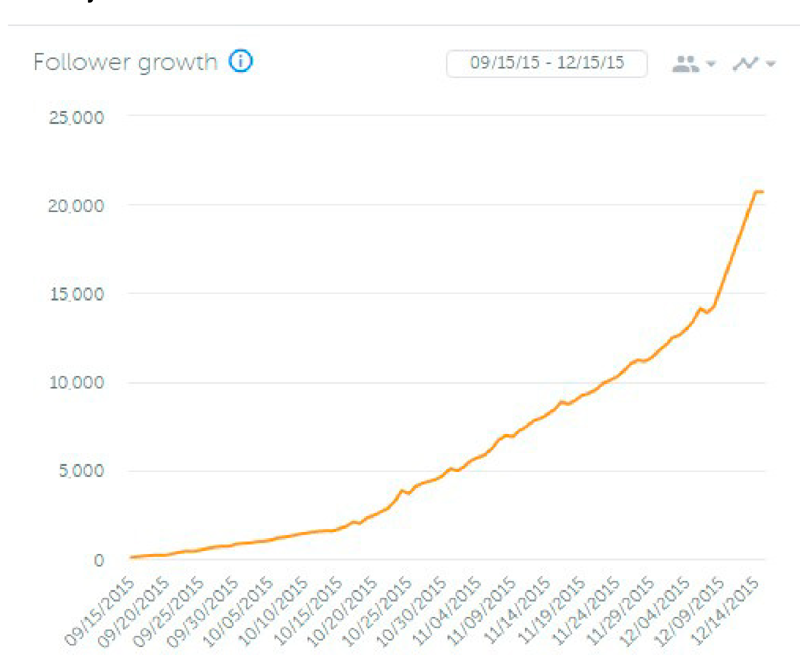
CAPÍTULO 1

En un par de meses, pasamos de 0 a 10.000 seguidores. En sólo cinco meses, habíamos publicado más de 700 imágenes (aprox 5.18 imágenes por día) y habíamos ganado más de 80.000 seguidores que generaron 1 millón de likes (1,450 por post) y 12.000 comentarios (17 por post)

Teníamos aproximadamente 12.000 llamados a la acción (CTA) cada mes. Escribiendo este libro, en Abril de 2016, nos encontramos ahora en 125.000 seguidores, 1.4 millones de me gustas, 25.000 comentarios, y un rango de 19.000 CTA en el mes pasado.

Este es un nivel de interacción que, sencillamente, no hemos encontrado en ninguna otra plataforma. Y mientras nuestra cuenta de Instagram ha adquirido una especie de vida propia (que nos encanta), lo más importante para nosotros, se ha convertido en uno de nuestros principales canales para la conducción y construcción de nuevos negocios. Nuestra página de Instagram ha enviado 30.000 usuarios al mes a nuestro enlace en la Bio, y está convirtiendo el 19% de los usuarios en suscriptores de las diversas listas de correo.

Dentro de estos datos puedes tener una idea de los números detrás de nuestras publicaciones, likes y comentarios, que el crecimiento de nuestra cuenta no ha sido una ocurrencia anormal viral o como resultado de una explosión de una exposición por parte de un famoso. Como muestra el siguiente gráfico, ha sido un proceso de crecimiento bastante estable y de interacción.



¿Lo siguiente?, vamos a entrar en los detalles del paso a paso de la forma que lo hicimos posible

CAPÍTULO 2

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

El poder de Instagram es ciertamente innegable. Para poner este poder a trabajar por nosotros, creamos una estrategia que define cada aspecto de nuestra presencia en Instagram. Pocas herramientas son tan valiosos como un plan bien definido. Ponemos cuidadosamente cada esfuerzo en lo que creamos para nuestros seguidores de Instagram. Nuestro objetivo es demostrar nuestro deseo de construir una comunidad épica de emprendedores y entregar una cantidad de valor agregado invaluable a esa comunidad. Nuestras tácticas se basan en tres áreas principales: Alineación de contenido, la consistencia y la interacción.

CAPÍTULO 2

Alimenta tu comunidad con el contenido que ellos desean

Conoces tu público. Tu sabes sus necesidades, sus deseos, sus luchas y su lenguaje. Tu presencia en instagram es una oportunidad para demostrar dicho conocimiento y promover la conexión con ellos. Publíca contenido que resuene en lo que para tí, es tu audiencia ideal. Selecciona temas que abarquen una amplia gama de emociones e ideas que tu producto ofrece.

Si estás luchando y no encuentras la respuesta para crear el contenido que se ajuste a ese ideal, debes invertir tiempo en investigación. Ver qué tipo de contenido tus competidores están publicando y si realmente tienen éxito. Examinar tu industria para descubrir nuevas perspectivas y para mantenerse a la vanguardia de las tendencias. Pero no te detengas solo ahí, debes investigar a tu público también. No caigas en la trampa de prestar demasiada atención a tus competidores y no la suficiente a tu público.

Es demasiado fácil caer en publicaciones que van dirigidas de forma inadvertida a los que operan dentro de tu industria en vez de entregar un mensaje a aquellos que interactúan con tu industria.

En el caso de Gold Empire, nuestra audiencia definida son jóvenes emprendedores. Ellos son un grupo increíble, trabajador, brillante, que valora nuestro contenido de motivación e inspiración. Nuestra audiencia tiene una personalidad que está infinitamente hambrienta de conocimiento y está buscando crecer tanto personalmente, como en los negocios. La construcción de un negocio exitoso requiere dedicación a portas de experiencias a menudo estresantes e incluso decepcionantes. En ese sentido Gold Empire presenta una mezcla de consejos, herramientas prácticas y contenido de motivación. Nos encargamos de que sigan adelante por sus sueños, así como nosotros lo hicimos.

CAPÍTULO 2

Queríamos que nuestra cuenta de Instagram fuera igualmente útil como motivante.

Nuestros contenidos, visualmente atractivos e impactantes, proporcionan una dosis de ánimo y de motivación para alimentar la llama que ya está ardiendo dentro de esa multitud. Ofrece, aunque cortas, poderosas lecciones a partir de una variedad de personas inspiradoras en nuestro campo. Aquí, tenemos la ventaja de ser emprendedores, sentimos lo que publicamos, por lo que el contenido que resuena en nosotros tenderá a resonar en nuestra audiencia. Nosotros, personalmente nos alimentamos diariamente con este tipo de contenido, por lo que la búsqueda y el deseo de compartir este contenido nace de una manera bastante natural.

Una vez más, Instagram es una red social personal única. Más que la información transaccional que por ejemplo Twitter o Facebook nos brinda, Instagram trata de ser alcanzado, acogido, o inspirado. Siempre elegimos contenido que creemos que va a evocar una respuesta emocional en nuestros seguidores, ya sea deseo, felicidad, miedo, estrés, orgullo o ambición.

CAPÍTULO 2



TODOS QUIEREN COMER.
PERO MUY POCOS ESTÁN
DISPUESTOS A CAZAR
@GoldEmpires




NO TE RINDAS AHORA,
ESTÁS MÁS CERCA DE LO QUE CREES
@GoldEmpires


NINGÚN MARINERO
SE HA VUELTO Experto
NAVEGANDO
EN AGUAS TRANQUILAS
@GoldEmpires

CAPÍTULO 2

SÉ CONSISTENTE

El hambre de tu audiencia cuenta contigo para ser saciada. Un cronograma consistente construye expectativa y anticipación. Esta es la clave para crecer en las redes sociales.

¿Qué tan increíble sería tener un grupo gigante en tu público ideal a la espera de escuchar lo siguiente que tú tienes que decir?

Esto es lo que cultiva un cronograma constante. Una dieta que combina afán por más, en la que la recompensa se vuelve periódica. Para desarrollar ésto, crea una fuente de contenido automatizado que se entregue en un horario definido.

Como un servicio de asesoría y coaching, este aspecto de nuestra estrategia de Instagram ha sido especialmente crucial para Gold. Hemos creado una expectativa de entregas constantes. Al cumplir con esa expectativa, diariamente hemos construido una relación de confianza con nuestra audiencia. Antes de suscribirte a nuestros servicios, nuestra comunidad sabe que puede confiar en nosotros para entregarles contenido coherente y de alto valor que alimente sus necesidades.

CAPÍTULO 2



THE GOLD EMPIRE

EL EQUIPO GOLD EMPIRE
LES DESEA BENDICIONES,
SALUD, PROSPERIDAD
Y ÉXITO

MUCHO ÉXITO

@GoldEmpires

CAPÍTULO 2

Tan importante como no dejar a tu público en un desierto, es resistir la tentación de enviar un granel de varias imágenes a la vez.

Instagram es como un álbum de fotos en el que pasas una página a la vez.

Una oleada de mensajes de una cuenta rompe esa sensación natural y da ese ambiente de publicidad. Muchos usuarios de Instagram generalmente consideran a este tipo de comportamiento como spam y a corto plazo te dejarán de seguir. En su lugar, utiliza lo que has aprendido acerca de tu audiencia para crear una programación que pone el contenido en sus manos justo en los momentos adecuados.

Recomendamos que tus publicaciones sean de cuatro a cinco veces por día, o cada tres o cuatro horas (aunque por lo general, nosotros hacemos 5 por día). Piensa en esto como un proceso de plantación de semillas, todas deben ir espaciadas en una fila.

Hemos encontrado en el uso de diversos servicios la mejor manera de mantenernos en crecimiento constante y que nuestra estrategia de contenidos funcione . El API de Instagram no permite que otros servicios publiquen por tí. Sin embargo, el uso de algunas herramientas te permitirá crear una "programación perfecta".

CAPÍTULO 2

La sincronización

Con tu audiencia es también importante cuando se trata de ser confiable.

Por ahora, no hay tanto contenido para perderse en como vemos en Twitter, o un algoritmo exigente como en Facebook (Aún…) , pero todavía tienes que trabajar para golpear los puntos clave cuando tus seguidores están actuando ligeramente lejos de sus feeds. Para determinar el mejor momento para publicar, debes usar cierto tipo de herramientas como Iconosquare. En este caso específico esta es una robusta herramienta de gestión de Instagram que proporciona un análisis detallado sobre una gran variedad de aspectos de nuestra cuenta, incluyendo la optimización. La herramienta determina el momento en el cual nuestra comunidad interactuar más y hace un seguimiento a nuestros hábitos de publicación; la analítica rápidamente nos muestra el mejor momento para publicar en contraste con nuestros hábitos de publicación.

CAPÍTULO 3

ANATOMÍA DEL POST

EXAMINEMOS MÁS DE CERCA

¿Cómo armar un post ganador en Instagram?

Posteando contenido, obligas a los usuarios a hacer más que simplemente digerir información, los impulsas a compartir el mensaje y compartir sus experiencias; adaptar esto a tu marca y/o empresa es crucial para un crecimiento explosivo. Cada elemento de tu mensaje en Instagram ofrece la capacidad de generar interacción y construcción de tu red.

CAPÍTULO 3

Inicia con imágenes atrayentes

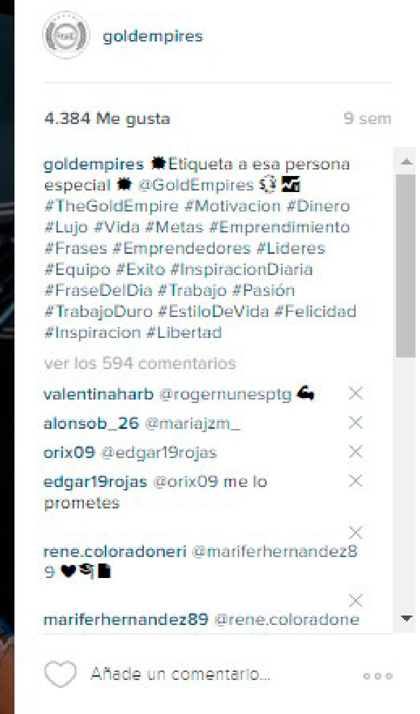
Como Instagram es una plataforma de enfoque visual, las imágenes deben ser impresionantes. Puedes utilizar imágenes que cuenten una historia o simplemente provoquen una emoción.

Sin una imagen convincente, es poco probable que tus usuarios sigan leyendo, mucho menos que compartan el contenido con sus amigos. Crea el hábito de evaluar cada imagen para ver qué tipo de emoción provoca: alegría, deseo, esperanza, orgullo, empatía, miedo, entre otras. Dependiendo del tipo de mercado, a esto nos referimos con: lugares preciosos, comida suculenta, paisajes hermosos, modelos fitness o de contenido humorístico. Cuando decidas usar textos, recomendamos utilizar diseños con tipografía de letra gruesa.

Es momento de dar otra perspectiva y pensar si es conveniente usar imágenes antiguas de tu empresa y tu producto. Compartir este tipo de imágenes no es una mala idea, especialmente si tu producto o servicio es visualmente atractivo. Pero no te recomendamos utilizar mucho estas imágenes. Postear el mismo contenido en tus redes sociales se puede comparar con esa persona que en sus reuniones siempre habla de la misma anécdota sobre su viaje hace diez años a Disney Word.

Inicia con imágenes atrayentes





Gold Empire aún no tiene un Ferrari como en la imagen. Pero queremos resaltar que es una imagen impactante, coincide de forma adecuada con el contenido y se apoya muy bien con la descripción.

Si estás utilizando imágenes o fotos de otra persona, asegúrate de tener los permisos apropiados y dar crédito a la fuente. Las imágenes también son muy buenas a la hora de contar historias, capturar un sentimiento o experiencia compartida. Esta imagen por ejemplo tiene una gran cantidad de comentarios, en los cuales las personas se identifican con la imagen. Etiquetando a sus parejas para ilustrar la sensación que comparten.

AGREGA TEXTO CONVINCENTE Y ATRACTIVO



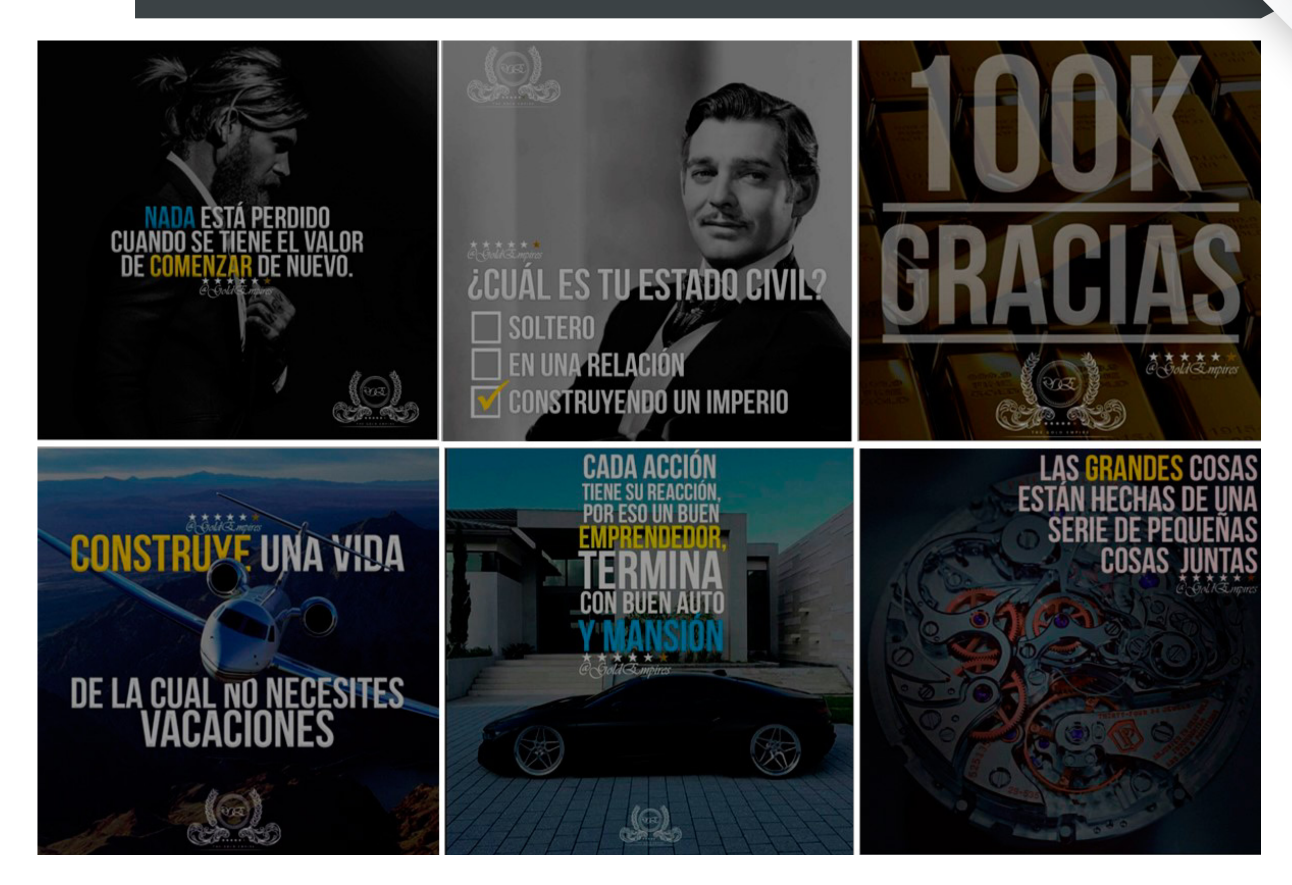
No es necesario superponer texto a las imágenes, pero ha sido una gran táctica en la mayoría de nuestros mensajes y es una estrategia eficaz al momento de compartir el mensaje. Ayuda a definir tu marca e invita a la gente a interactuar con tus mensajes.

Incluir texto dentro de la imagen añade un plus a la interacción. Hemos encontrado un éxito increíble al combinar imágenes impresionantes con textos convincentes, citas de inspiración o preguntas.

Utilizamos Photoshop para construir nuestras imágenes y mensajes. Photoshop es una grandiosa herramienta, la cual siempre recomendamos.

Nosotros subimos la fotografía y añadimos el texto de manera que sea muy personalizable para generar mensajes impresionantes. He aquí algunos ejemplos de este maravilloso programa:

CAPÍTULO 3



Nos aseguramos de incluir nuestra marca en las imágenes. La mayoría de ellas incluyen nuestro logotipo y nombre de usuario. Las imágenes son el medio más compartible, por lo que incluir nuestro logotipo y usuario ha logrado un gran reconocimiento de nuestra marca.

Como valor agregado y a parte de nuestras imágenes en Instagram, compartimos contenido a través de otras plataformas, incluyendo enlaces de otras redes sociales o URL para descargas.

Cada publicación es una oportunidad para impulsar la participación, construir tu público, aumentar las conversiones e interactuar con tu comunidad.

Preguntas para fomentar la participación:

Además, de nuestras frases y mensajes de inspiración, las imágenes no sólo crean una conexión emocional, a menudo invitan a la interacción. Algunas de nuestras publicaciones de mayor éxito participativo invitan a nuestros seguidores a responder una pregunta o desafío.

CAPÍTULO 3

OBTÉN SEGUIDORES POR ETIQUETAR AMIGOS



La mejor forma para que las personas puedan compartir contenido en Instagram, es mediante la opción de etiquetar amigos, la cual consiste en escribir el nombre de usuario de un amigo, por ejemplo (@goldempires) en la sección de comentarios, con o sin un mensaje.

Realmente, puedes ser muy creativo y tomar ventaja de esto. En lugar de pedir a la gente que etiquete un amigo, emite algún tipo de desafío o crea una oportunidad para generar conexión con otros.
Este tipo de imágenes son muy populares, ya que aumentan la participación en un 10%. Para Instagram, podríamos decir que tener entre el 2 o 3% de participación es algo muy bueno, así que imagínate tener casi el triple de participación, ¿excelente verdad?
No es obligatorio que lo hagas si no quieres, pero puede ser una excelente estrategia. Estos mensajes atraen una cantidad loca de interacción y hacen que personas nuevas se enamoren con tu contenido.

APRENDE A VALORAR EL VERDADERO PODER DEL POST





Una realidad que se ha identificado, es que las personas pasan por alto este tema en Instagram. Y es común encontrar que ciertas marcas desperdician esta zona con hashtags o contenido sin sentido. En cambio, otras lo utilizan para entregar contenido adicional, convincente, lo que aumenta el valor de forma proporcional con cada mensaje.

Si no agregas una pregunta en la imagen, podrías incluir tus CTA. Hemos encontrado que entre más detallada sea la descripción de la imagen aumentará la interacción.

Ten en cuenta que tu descripción será una extensión de todos tus otros esfuerzos en la creación de contenido. Crea información coherente, interesante e importante mediante el establecimiento de parámetros y reglas para cada publicación. Esto se remonta a la creación de una expectativa y el cumplimiento de la misma. Cuando haces esto, estás creando armonía y coherencia con tu marca.





Ofrecemos un poco de sabiduría y conocimiento; algo que sabemos que nuestro público encontrará relevante y útil.
No tiene que ser siempre información nueva, puede ser un chisme o desmentir un mito que esté relacionado con el contenido que compartes. Escribir este tipo de información en tu descripción refuerza tus valores, asegura la permanencia de tus seguidores y que siempre estén activos.

Aquí hay algunas maneras de explotar las descripciones en tus publicaciones:

"Toca la pantalla dos veces!"

Es un engaño sencillo, un pequeño cambio de "like si estás de acuerdo", pero mucho más directo y eficaz. Estas cinco palabritas nos han ayudado a acumular más de 10.000 likes en una imagen.

"Etiqueta a un amigo…"

Esto sigue el mismo principio que los mensajes de desafío anteriores. Incluso, si tu imagen no parece tener el alcance esperado, a menudo hay un espacio para que escribas:"etiqueta a un amigo" y amplíes la participación.

CAPÍTULO 3

EMOJI!





♥ 1,700 Me gusta

goldempires 💪👉💥 De lo "Irreal" nacen las leyendas 💥👈💪 @GoldEmpires 💱📈

Para llamar la atención sobre un CTA, no tengas miedo de usar un emoji o tres. Si no estás familiarizado con el concepto de emojis, son aquellas imágenes de caritas, animales, comidas, medios de transporte, entre otras. Son herramientas cada vez más comunes en las redes sociales y la comunicación del día a día. Unos pictogramas bien colocados, atraen visualmente a los espectadores directamente a los lugares correctos para hacer clic. Somos grandes fans de los emojis simples- gestos de manos, palmadas, etc.

HASHTAGS

¡Mantenlos en los comentarios!

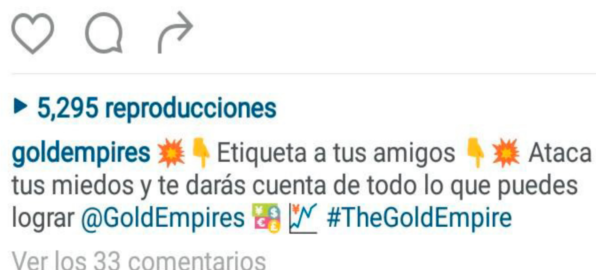
Como herramienta, los hashtags son extremadamente importantes. Al igual que los emojis, que son mucho más utilizados por los adolescentes y están a la moda. Proporcionan un mecanismo para que los usuarios naveguen rápidamente por sus temas de interés, agrupando los mensajes entre sí a través de un hipervínculo (#TheGoldEmpire, #Emprendimiento, #Motivacion). Estos permiten que tu contenido sea más fácil de encontrar para aquellas personas que aún no te están siguiendo y es una excelente forma en que las personas descubren nuevos contenidos.

Para agilizar el proceso de búsqueda, investiga listas de hashtags, identifica lo que la gente exitosa de tu industria está utilizando y reúne las palabras clave más populares que se relacionan con tu mensaje y los tipos de contenido que vas a publicar.

No sobrecargues la descripción de tus publicaciones con una larga lista de hashtags, porque lo que hace es gritar spam por todos lados. Y la descripción de tu publicación es su mejor complemento. Así que ¡ten cuidado! en vez de estorbar la descripción de tus publicaciones con hashtags, incluye los hashtags en los comentarios. Los hashtags funcionarán de la misma manera y tu descripción seguirá siendo clara y concisa.

VIDEO





La posibilidad de publicar videoclips de 1 minuto en Instagram es una adición que tardó mucho tiempo en implementarse dada la interacción que tienen este tipo de publicaciones, la cual fue en sus inicios creada como respuesta a la aparición de la competencia del servicio de Vine. El hecho de aumentar el tiempo de video de 15 segundos a 1 minuto y reemplazar el contador de likes por contador de reproducciones,

Fue una jugada inteligente de Instagram, ya que la participación de los videos es mayor con respecto a la mayoría de imágenes y es mucho más atractivo ver un número mayor de reproducciones que ver el número de likes como se manejaba anteriormente.

Casi siempre usamos clips de cosas extremas, vidas de lujo o películas inspiradoras como: El lobo de Wall Street, saltos en Bungee, carreras de autos, etc. Siguen los mismos estándares que establecemos para nuestras imágenes. Añadimos también música del género electro, la cual estimula de forma positiva las ondas cerebrales y el ritmo cardiaco. Esto con el fin de mejorar la sinergia entre el video, el sonido y el usuario.

También publicamos vídeos de nuestras cuentas asociadas, ya sea de forma gratuita o como un intercambio.

CAPíTULO 4

USAR INSTAGRAM PARA GENERAR INGRESOS



Una desventaja disfrazada en Instagram, es la restricción del tipo de contenido, específicamente la incapacidad para crear enlaces. De hecho, sólo tienes uno y lo puedes usar únicamente en tu biografía. Esto hace que las ventas sean más complicadas, por eso lo ideal es llamar la atención de tus seguidores, invitándolos a ir a tu biografía para que hagan click en el enlace. Eso puede ser difícil, pero hemos encontrado una manera confiable para hacerlo.

Es difícil lograr que los seguidores hagan click en tu biografía, sobre todo porque que las bios tienen una mala reputación, ya que generalmente están sobrecargadas de contenido. Evita esto mediante la creación de una bio corta (150 caracteres o menos) seguido de una CTA directa que utilice una URL.

Hemos utilizado " http://bit.ly/A-un-click-de-tus10000seguidores". El enlace debe llevar a los usuarios a una página única para que pueda controlar el tráfico que está generando en Instagram. Este método está trayendo más de 900 visitas diarias a nuestra página enlazada en la bio y el 30% de los visitantes se convierten en suscriptores de correo electrónico.

CAPíTULO 4





goldempires EDITAR PERFIL

The Gold Empire™ • Emprendimiento • Motivación • • ★Lujo • Éxito •
Recursos • Contacto: Gold.Empire.es@gmail.com Link Libro Gratuito
bit.ly/A-un-click-de-tus10000seguidores







Pero no es suficiente con sólo pedir a la gente que hagan click. Tienes que recompensar a los usuarios que visitan tu bio y guiarlos para que sigan alguna URL en donde ofrezcas algún tipo de regalo o información interesante como carácter adicional.
Esto se remonta al método de ofrecer valor, en lugar de enviar un cebo a la gente.

Nosotros proporcionamos una cantidad abundante de valor a cada usuario que hace click en el enlace de la biografía. La URL escogida dirige a los usuarios a una página que ofrece dos beneficios: el primero es que se pueden registrar para recibir material educativo e información para próximos eventos, adicionalmente enviamos el primer libro como regalo y muestra de nuestro compromiso con todos aquellos que estén interesados en crecer personal y financieramente con nosotros.

CAPíTULO 4



¡Como Obtener tus primeros 10.000 Seguidores en Instagram!

Guía basada en el libro Foundr adaptada al público Hispano por el equipo The Gold Empire

Puedes enganchar a tus seguidores de una forma muy sencilla, recuerda que debes ofrecer algo que sabes que ellos realmente quieren. Puedes saberlo retroalimentando sobre lo que comentan o induciéndolos con tu contenido. Ten en cuenta como nuestra CTA sigue los mismos principios que nuestros imágenes y mensajes, utilizando el mismo aspecto y enfoque. Es muy importante hacer preguntas en las imágenes para observar la interacción, las posibles sugerencias, gustos y aspectos a mejorar.

CAPÍTULO 4



MANEJAR INGRESOS EN INSTAGRAM SÍ ES POSIBLE







La gente nos pregunta constantemente si esto realmente sirve como una fuente potencial de ingresos. Hay mucha confusión acerca de este tema en el mundo de los medios comercialización vía web. Estamos aquí para decirles que Instagram es una forma completamente legítima y veraz para impulsar las ventas. Instagram ha sido crucial para las ventas de publicidad y productos en nuestra cuenta @GoldEmpires durante los últimos tres meses. Nosotros conocemos un número de personas que están generando miles de dólares en ingresos a través de Instagram.

Es un mito que Instagram no se puede utilizar para hacer dinero. No confíes en esos incrédulos y desconfiados que no saben de ello, mejor deberías recomendarles que leyeran esta información para que se den cuenta de la realidad y lo que se están perdiendo.







Para direccionar a tu público y que adquiera algo o se suscriba en lo que sea que ofrezcas, recuerda usar el método de preguntas o etiquetas, ya sea en la imagen o en la descripción, pero sin abusar de ellas. Por ejemplo, podríamos lanzar la suscripción a un curso virtual para personas cuyos negocios quieren posicionar en internet, estamos hablando, de una vez cada 20 o 30 publicaciones. ¿Y cuándo hacerlo?, lo más importante es el contenido (recuerda que no es posible tener hipervínculos en las publicaciones, descripciones o comentarios), debes poner información importante e interesante de forma muy llamativa, que lleve al usuario a tu biografía para que se encuentre una URL con un nombre sencillamente Épico.





goldempires
www.facebook.com/TheGoldEmpire



Si tienes ojo agudo te darás cuenta de un truco super-secreto para obtener una URL en un lugar destacado. Cuando publiques en Instagram, tienes la opción de marcar tu ubicación. Si no tienes un lugar, puedes crear una ubicación. Si te fijas en la esquina superior izquierda, hemos llamado a la ubicación como la URL de nuestra página de Facebook.

Consejo: Agrega emojis para captar mayor atención.

CAPÍTULO 5

CONSTRUYENDO TUS SEGUIDORES

Ahora que tienes tu estrategia planeada, te hablaremos sobre algunas excelentes ideas para el contenido, una bio eficiente y una valiosa página de aterrizaje para cerrar el acuerdo al momento de acumular algunos seguidores. Gran parte de esto sucederá orgánicamente como resultado de los pasos anteriores. Sin embargo, hay otras formas de impulsar la bola hacia adelante.



RED

Al igual que en la vida real, conocer a personas que se muevan en tu mismo ambiente es algo crucial en las redes sociales. Hay muchas cuentas en Instagram que intercambian una "acción por otra acción" permitiendo que tu contenido esté en sus cuentas a cambio de devolverles el favor. Es importante localizar estas cuentas y contactarse con ellas. Algunas búsquedas simples las revelarán.

Recuerda que la creación de redes se basa en lo que puedes hacer por los demás y la buena voluntad se te regresará eventualmente multiplicada por diez.

CAPÍTULO 5



SHOTOUTS

Un Shoutout (intercambio de contenido) es publicar una imagen de tu cuenta en otra cuenta de Instagram la cual debería animar a sus seguidores a que te sigan. Es una gran forma de obtener acceso a una red ajena a la tuya y una manera eficaz para generar más seguidores.
Existen un par de posibilidades para realizar un Shoutout, la primera consiste en publicar tu imagen o frase con el estilo de la cuenta que te publica, obviamente dicha cuenta deberá darte los créditos pertinentes y la recomendación. Esta forma puede ser útil, pero es más sencillo si la otra cuenta te permite publicar tal cual sea tu imagen o mensaje, así sea por un corto período de tiempo.

Para empezar a encontrar cuentas populares que son relevantes para tu campo, debes buscar cuentas que tengan publicaciones parecidas a las tuyas y sean propensas a tener una audiencia similar. La mayoría de estos intercambios serán sin pago, ya que ambas proporcionarán un Shoutout a cambio de un Shoutout (s4s) en condiciones similares.
Las cuentas con un número similar de seguidores tienen mayor tendencia a estar de acuerdo en proporcionarte un Shoutout. Lo primero que debes hacer será ponerte en contacto con el propietario de la cuenta vía direct (mensaje directo) o un servicio llamado Kik, para ver si están interesados en realizar el Shoutout.. Kik es una aplicación de mensajería muy usada y recomendada para realizar contactos con otras personas. Actualmente, en Instagram la utiliza casi todo el mundo.



SHOTOUTS SIN PAGO

Los Shoutouts pagados son un poco diferentes. En lugar de buscar cuentas con un número similar de seguidores; busca cuentas con números mucho más altos que los tuyos y los que tienen los niveles de participación de al menos 2 o 3% de los likes de cada publicación por número de seguidores, esto sugiere que la cuenta tiene una comunidad activa. Todavía es importante centrarse en aquellos que tienen seguidores similares y publicar contenido similar al tuyo. @GoldEmpires únicamente gasto $ 40 usd en publicidad con un resultado no muy favorable, por esto nos orgullecemos en decir que el 98% de nuestros seguidores han sido de carácter orgánico y gracias al excelente trabajo del equipo.

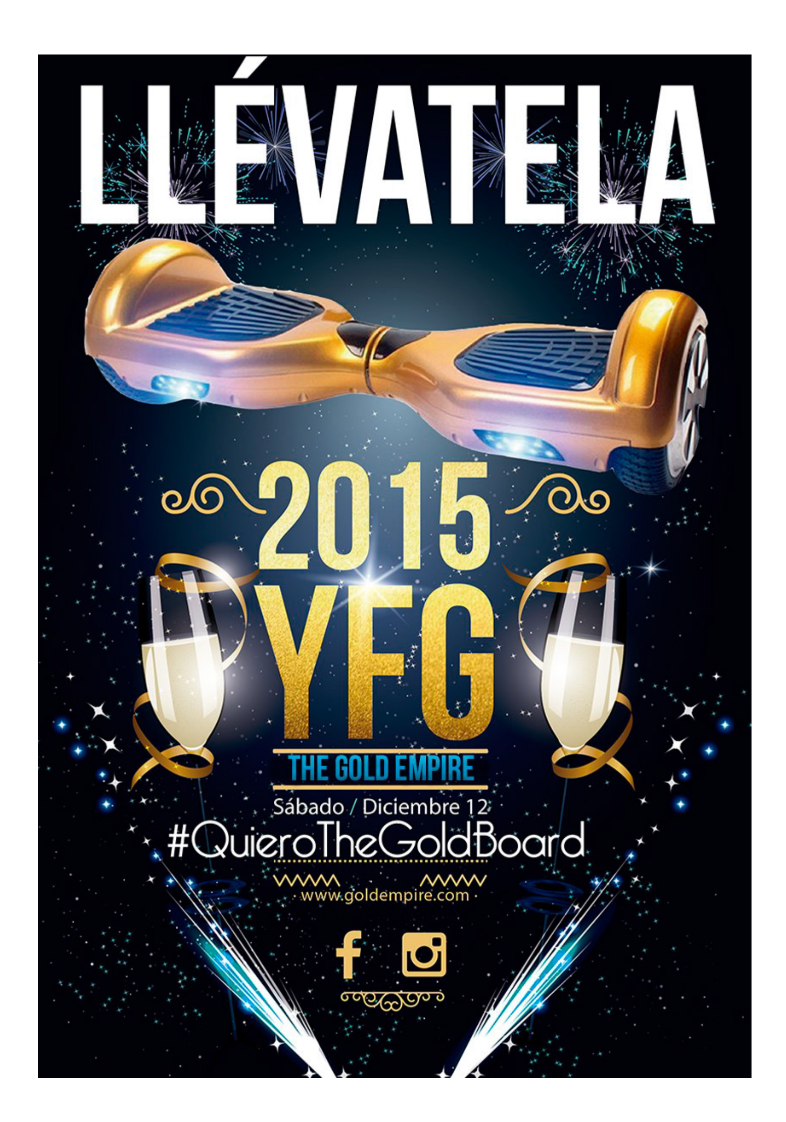
Cuando se solicita un Shoutout, hay diferentes estrategias en el CTA. En nuestra experiencia, la mejor estrategia es preguntar a dichas cuentas, si ofrecen el servicio de publicidad, seguirlos y hacer seguimiento para ver si vale la pena.

Esta estrategia es muy confiable si tienen en cuenta estos aspectos.

CAPÍTULO 5

CONCURSOS Y SORTEOS





La promoción de concursos o sorteos en línea a través de tu cuenta de Instagram es una gran forma de asestar un buen golpe a todos los aspectos vitales de crecimiento en Instagram.

Permiten construir un público más amplio, aprovechar tu cuenta para conducir a los usuarios a otras plataformas (landing pages, blogs, webinars, etc.), y en general aumentar la creencia en la marca, todos estos aspectos a la vez. El premio no tiene que costar mucho, puede ser algo tangible o intangible y para acceder a él los usuarios deberán cumplir una serie de requisitos.

CAPÍTULO 6

UNA MIRADA A AQUELLOS QUE LO ESTÁN

HACIENDO BIEN

Para dar una mejor perspectiva sobre la estrategia que puedes usar en tu Instagram, vamos a echar un vistazo a quienes están dominando el espacio en tres formas distintas: Marca personal, página de compañía y página de fans.

Jürgen Klaric







- Los miedos
- Las excusas
- La pasividad
- La comodidad
- La distracción
- Las inseguridades
- La baja autoestima
- La falta de decisión











MARCA PERSONAL

Jürgen Klaric es un docente, escritor, e investigador estadounidense en neuro-marketing y neuro-innovación. Es presidente y cofundador del grupo Mindcode International, empresa dedicada al neuromarketing.

Él ha renovado el tema del neuromarketing a un nivel educativo, que abarca diferentes temáticas llevadas a cabo en el proceso mental del ser humano, hasta realizar un recorrido sobre aspectos importantes sobre la toma de decisiones tanto para las empresas, como para los consumidores.

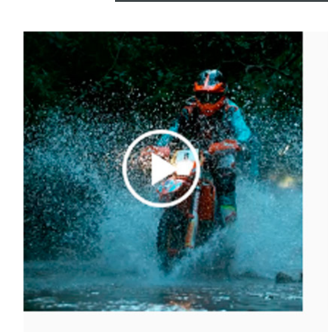
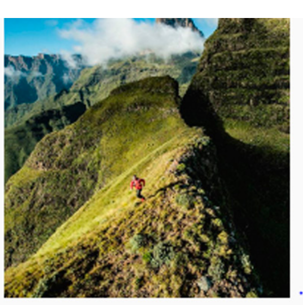
El contenido que publica, ya sean frases de motivación, tips para mejorar nuestra calidad de vida, refuerzan aún más el concepto de su marca personal. Su CTA es tan convincente que rompe la norma, porque desarrolla temáticas interesantes e invita a sus seguidores a abrir sus mentes en los post que realiza.

Cada post es cautivador ya que nos muestra información muy útil a la hora de comprender el cerebro humano y ver el marketing desde otro punto de vista.

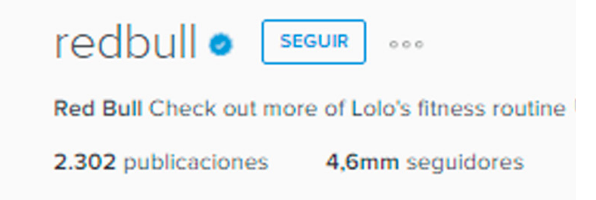
Jürgen está publicando de 2 a 3 veces al día y refuerza su cuenta en Instagram con su canal de You Tube, lo que le da una ventaja al momento de dar a conocer su marca y generar un tráfico importante con sus seguidores.

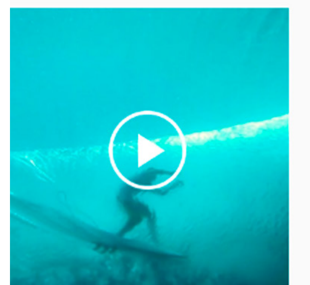
RED BULL

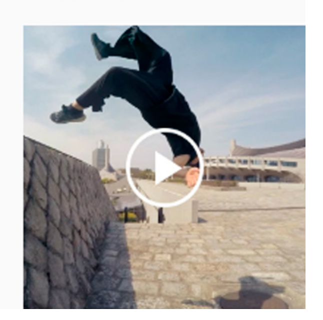










PÁGINA DE COMPAÑÍA

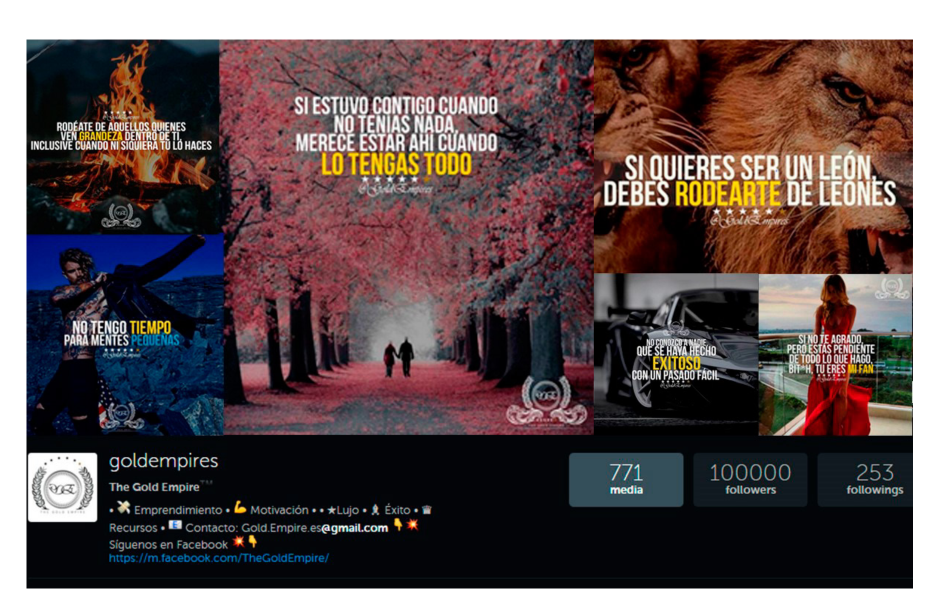
RED BULL En Instagram es la empresa en ese tipo de mercado con mejor contenido, mayor cantidad de seguidores, interacción y crecimiento.

Red Bull publica constantemente algunos de los videos y fotografías de la más alta calidad disponibles en Instagram. Resaltamos sus increíbles videos que en su gran mayoría tratan sobre deportes extremos y hazañas asombrosas.

Fue una idea simplemente perfecta llevar todo el tema de las bebidas energizantes al nivel de este tipo de competencias y actividades extremas, que evocan la necesidad de recargar energía y estar siempre activos para practicarlos; en ningún momento tomaron su producto para impulsar la marca en sus redes sociales y abrieron sus posibilidades atacando al tipo de consumidor y todo el mundo que éste abarca.



PÁGINA DE FANS



@GoldEmpires es una cuenta de motivación, lujo y emprendimiento cuyo objetivo principal es ser un referente en los campos mencionados anteriormente, el cual busca crear líderes a partir de la educación, participación y contextualización con las nuevas economías, que invitan a las personas a ser dueñas de su futuro. Teniendo como precedente los pilares fundamentales en el desarrollo del ser humano, como lo son: el crecimiento físico, mental, potenciamiento de habilidades, relaciones interpersonales, entre otras. Apoyados en el aprendizaje, retroalimentación, cuestionamientos críticos, creación de objetivos, mejoramiento de hábitos y fortalecimiento del autoestima.

La cuenta ha ganado popularidad al innovar en temas de diseño, creación de contenido y compromiso con todos aquellos que hacen parte de esa gran familia. Fuimos pioneros al enfocarnos en la creación de líderes integrales y generar un enfoque hacia el emprendimiento. Dicho compromiso va más allá de realizar frases que, aunque sabemos pueden ayudar en su día a día, queremos estar presentes de forma más cercana ayudando en su crecimiento personal y financiero. Este es el primer bloque en la construcción del impero que queremos crear junto a ustedes, porque, aunque no te conozcamos te consideramos parte de nuestra Familia.

Te agradecemos por dejarnos entrar en tu vida y en tu mente, pudiendo dejar este pequeño pero valioso puñado de conocimiento.

Esperamos que haya sido de tu agrado y esperamos encontrarte nuevamente en nuestro próximo aporte educativo.

Un caluroso abrazo de todo el equipo Gold Empires y como les decimos siempre: - Que el éxito los acompañe.